

1. Прізвище, ім'я, по-батькові	Брайко Марина Герольдівна /Braiko Maryna marina.g.braiko@gmail.com
2. Науковий ступінь	Не має
3. Вчене звання	Не має
4. Посада	Старший викладач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі
5. Науково-педагогічна діяльність	<p style="text-align: center;">Кваліфікація</p> <p>1982 р. Одеський технологічний інститут харчової промисловості (ОТІХП) ім. М.В. Ломоносова за спеціальністю «Економіка та організація промисловості харчових товарів», кваліфікація «інженер-економіст».</p> <p style="text-align: center;">Досвід роботи</p> <p>1982-1984 – інженер відділу розробки галузевих АСУ ВНДПКІ «Консервпромкомплекс» 1984-1987 – аспірант кафедри організації підприємств, ОТІХП ім. М.В. Ломоносова; 1988-1994 – молодший науковий співробітник кафедри організації підприємств, ОТІХП ім. М.В. Ломоносова; 1994-2003 – асистент кафедри організації підприємств, Одеська державна академія харчових технологій; 2003-2007 – асистент кафедри менеджменту підприємств, Одеська національна академія харчових технологій (ОНАХТ) 2007-2013 – асистент кафедри маркетингу і логістики, ОНАХТ 2013-2014 – асистент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, ОНАХТ 2015 - по теперішній час – старший викладач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, ОНТУ (ОНАХТ)</p> <p style="text-align: center;">Дисципліни, що викладаються</p> <p>Для студентів спеціальності 075 «Маркетинг»:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Основи креативного мислення – Поведінка споживача – Маркетингова товарна політика – Івент-маркетинг – Товарна інноваційна політика та політика розподілу – Основи зв'язків з громадськістю <p style="text-align: center;">Напрями наукових досліджень</p> <p>1.Маркетингові дослідження ринків та споживачів продовольчих товарів, готельно-ресторанних та туристичних послуг 2.Відповідальний виконавець наукової теми "Підвищення ефективності Digital маркетингу у діяльності підприємств сфер харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг" (№ державної реєстрації 0121U107537, 01.2021- 12.2023)</p> <p style="text-align: center;">Керівництво науковими студентськими гуртками</p> <p>Співкерівник наукового студентського гурта «Маркетинговий клуб» (2021-2022) наказ № 327-01 від 06.10.2021 р.</p>

Виконую со-керівництво постійно діючим науковим студентським гуртком: Маркетинговий клуб (2019-2021), «Маркетологи та рекламисти» (2016-2019). Неодноразово приймала участь зі студентами в рішенні кейсів від провідних українських компаній на освітній платформі Casers.

Керівництво студентською наукою

1. Керівництво роботою студентів СВО «Магістр» 1-го року навчання Струц Є. (спец. 075), Фещук Л. (спец. 076) «Маркетингове забезпечення організації івенту в форматі фестивалю» на Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг» у 2019/2020 н.р. (на базі ТНЕУ) - диплом 3-го ступеню у II турі конкурсу.

2. Наукове керівництво студентськими проектами-переможцями у Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт “Black Sea Science” (напрямок «Економіка і управління»): 2021 – 3-є місце за проєкт Marketing research of the Ukrainian chewing gum market aiming to improve the product promotion strategy of the company Mars Ukraine (Михальова В., Михальчук В.); 2019 - 1-е місце за проєкт Event marketing as a tool for promotion of territories (on the example of Aktovsky Canyon) (Струц Є.); 2018 - 3-є місце за проєкт Terplodar – city of craftsmen (Жихарева Н., Новікова О.)

3. Керівництво роботою студентки ОКР «Магістр» 1-го року навчання Христин А.В. «Дослідження позиціонування та диференціації ігристих вин» на Всеукраїнський конкурс наукових студентських робіт «Молодь опановує маркетинг» (УАМ, КНЕУ, 2016) - сертифікат «за участь в конкурсі та за яскраві результати як ефект синергії продукту та методики дослідження».

4. Керівництво роботою Христин А.В. «Розробка стратегії позиціонування та диференціації ігристих вин» на Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт 2015-2016 н.р. – заохочувальний диплом на 1 етапі (ОНАХТ), диплом за участь на 2-му етапі (Харків, ХДУХТ)

5. Керівництво науковою роботою студентських команд у напрямку дослідження споживачів, конкурентів, ринку товарів та послуг, розробки стратегії розвитку підприємств малого та середнього бізнесу, комунікаційної стратегії[^]

- 2-е місце на Рекламному Полігоні – 2021(Одеса, ОНАХТ, літо 2021);

- 2-е місце на Рекламному полігоні (осінь, 2020) за брифом «Безпечне водокористування для населення та бізнесу!» від Партнера Проєкту компанії PepsiCo Ukraine;

- 3-є місце на Рекламному полігоні (осінь, 2020) за брифом «Пластиковим пляшкам – не місце у відходах! Друге життя пластиковому пакуванню!» від компанії PepsiCo Ukraine;

- 3-є місце на Рекламному полігоні-2019 (Одеса, Затока, ОНЕУ, літо 2019);

- 1-ше місце на Рекламному полігоні-2018 (Київ, КНТЕУ, осінь 2018);

- 1-е місце на Міжнародному конкурсі студентських рекламних

та PR-проектів «Золотий компас» м.Харків, PR-проект «Чорноморськ чекає», 2018 р.;

- 1-е місце на Міжнародному конкурсі студентських рекламних та PR-проектів «Золотий компас» м.Харків, номінація «Маркетинг», Проект маркетингових заходів «Гранд Канйон», 2018 р.;

- 2-ге місце в загальнокомандному заліку на Рекламному полігоні-2017 (Одеса, ОНАХТ, 7-9 липня 2017) та 1-ше місце в номінації «Просування платформи iLearn»;

- 1-ше місце на Рекламному полігоні-2016 (Київ, КНТЕУ, осінь 2016);

- 2-ге місце на Міжнародному конкурсі студентських рекламних та PR-проектів «Золотий компас» м.Харків, PR-проект «Винна дорога», 2017 р.;

- 2-ге місце на Міжнародному конкурсі студентських рекламних та PR-проектів «Золотий компас» м.Харків, номінація «Маркетинг кластерних інновацій», Проект маркетингових заходів «Наступна зупинка – станція виноробна», 2017 р.;

- 2-ге місце на VI студентському фестивалі науки м. Чернівці, Соціальний інноваційно-інвестиційний проект «Теплодар – місто майстрів», 2016 р.;

- 2-ге місце на Міжнародному конкурсі студентських рекламних та PR-проектів «Золотий компас» м.Харків, PR-проект «Теплодар – місто майстрів», 2016 р.

- 2-ге місце на Міжнародному конкурсі студентських рекламних та PR-проектів «Золотий компас» м.Харків, PR-проект мобільного додання «Архітектура Одеси»: «Одеса в твоїх долонях», 2014 р.

- 1-ше місце на Міжнародному конкурсі студентських рекламних та PR-проектів «Золотий компас» м.Харків, PR-проект «Это фонтан? Таки да, это фонтан!», 2013р.

- 2-ге місце проекта «Еко-соус TomaChe» (В. Єфремов, А. Брайко, В. Осіпчук) на Першому національному студентському конкурсі інноваційних харчових продуктів EcoTrophelia Ukraine 2013 (разом з проф. Вехівкером Я.Г., доц. Голубьонковою О.О.), 14-15 травня 2013 р., ОНАХТ.

6. Керівництво студенткою, яка зайняла 3 місце на II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Маркетинг» (Київ, КНЕУ ім. В. Гетьмана, 14-15.04.2016 р.) - Штемпель Т.М., бакалавр

Організаційна робота у закладах освіти

Секретар вченої ради факультету менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування ОНТУ

Нагороди

1. Грамота проректора з наукової роботи ОНАХТ Поварової Н.М. за підготовку переможниці конкурсного відбору II туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг» у 2019-2020 н.р.

	<p>2. Certificate of acknowledgement in recognition of their excellent work as a scientific supervisor for the winner of the International Competition of Student Scientific Works "Black Sea Science 2019"</p> <p>3. Грамота проректора з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків ОНАХТ Мардар М.Р. за підготовку переможця Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт "Black Sea Science 2018"</p> <p>4. Диплом Виконавчого комітету Одеської міської Ради учаснику конкурсу «Кращий інноваційний проєкт» - 3 місце в номінації «Краща соціальна інновація» (спільно з Голубьонковою О.О., Струц Є.М., Новіковою О. А., Пікінер Н.Є.) - 2018 р.</p> <p>5. Диплом Виконавчого комітету Одеської міської Ради учаснику конкурсу «Кращий інноваційний проєкт» - 2 місце в номінації «Краща інноваційна ідея» (спільно з Голубьонковою О.О., Жихаревою Н.О., Новіковою О. А., Пікінер Н.Є., Войчишенко Я., Цопа М.Г.) - 2017 р.</p> <p>6. Грамота директора Навчально-наукового інституту прикладної економіки і менеджменту ім. Г.Е. Вейнштейна Каламан О.Б. за плідну наукову роботу з підготовки студентів до Міжнародних та Всеукраїнських конкурсів (2017 р.)</p> <p>7. Подяка проректора з науково-педагогічної та навчальної роботи ОНАХТ Трішина Ф.А. за вагомий внесок у підготовку переможця Всеукраїнської студентської олімпіади у 2015-2016 н.р.</p>
<p>6. Досвід іншої (не науково-педагогічної) роботи</p>	<p>-</p>
<p>7. Дослідження і розробки за останні 5 років</p>	<p>Стратегічний аналіз розвитку винного туризму в Причорномор'ї України.</p> <p>Обґрунтовано методичний підхід до розробки івенту як інноваційного продукту та оцінки його ефективності.</p> <p>Сформовано портрети цільових сегментів споживачів жувальної гумки на основі проведення глибинних інтерв'ю серед студентської молоді та визначення цінностей споживачів (gain, pain, customer jobs).</p> <p>Обґрунтовано бренд-концепцію нового ігристого вина для молоді в рамках проєкту «Кюве-Академія» з ПрАТ «ОЗШВ» (на основі смислового проєктування бренду, а також визначення «маски групового позиціонування», аналізу позиціонування за мотивами та карт позиціонування українських брендів ігристих вин).</p>
<p>8. Підвищення кваліфікації за останні 5 років</p>	<p>1. Міжнародний інститут маркетингу (м. Одеса), курс «Інтернет-маркетинг», 17.02.2020 - 23.04.2020 р.</p> <p>2. УО «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого», (Білорусь), 25.06.2019 - 25.10.2019 р. (6 кредитів, 180 годин)</p> <p>3. Самоосвіта :</p> <p>- Програма «Фандрейзинг та організація проєктної діяльності в закладах освіти: європейський досвід» з проєктом на тему: «Удосконалення системи дистанційного навчання у вищих навчальних закладах»(Краків, Польща, онлайн), 12.02.2022 –</p>

	<p>20.03.2022;</p> <ul style="list-style-type: none"> - онлайн майстер-клас «Бренд-стратегія» від Насті Стратович, стратег Fedoriv, Baggage School (16-22.09.2020 р.); - онлайн-вебінар Наталії Ємченко «Оцінка ефективності комунікацій» від Laba (28.10.2020 р.); - онлайн-лекції Євгена Шевченко від School of Digital Advertising UAMASTER: "Digital для FMCG" (27.10.2020 р.), "Реклама в Youtube" (19.01.2021 р.); - 17-й Міжнародний форум RE:MARK 2020 «Маркетингові дослідження: інструменти і технології» (09-13 лист. 2020 р.); - онлайн-конференція Ukrainian Digital Forum (21-22 листопада 2021 р.); - онлайн-конференція про відеорекламу для бізнесу в інтернеті ДиВи Конф від Netpeak (04.12.2020).
9. Співпраця з підприємствами за останні 5 років	Наукове консультування компанії ТОВ «Техінвесттрейд» (оптова торгівля кавою та чаєм)
10. Розробки та патенти	
11. Найважливіші публікації за останні 5 років	<p style="text-align: center;">Статті у фахових виданнях</p> <p>1. Braiko M., Holubonkova O. (2022). Marketing research of consumers for the project «wine routes of the Ukrainian Black Sea Region». Modern Economics, 32(2022), 24-32.</p> <p>2. Голубьонкова О.О., Брайко М.Г., Солодова О.С., Брайко А.В. Creation of local wines as a method of formation of competitive advantages of the winery // Економіка харчової промисловості, 2018. - №3 (10) - с. 33-40</p> <p>2. Голубьонкова О.О., Брайко М.Г. Стан конкуренції на роздрібному ринку алкогольних напоїв // Економіка харчової промисловості. – 2016. – Т. 8. Вип. 3. Одеса, ОНАХТ 2016 р.</p> <p style="text-align: center;">Монографії</p> <p>1. Брайко М.Г., Струц Є. М., Фещук Л. О. Методичне забезпечення інноваційного івент-маркетингу. Колективна монографія. «Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку». ОНАХТ. – Роздільна: Вид-во «Лерадрук», 2020. с.94-113.</p> <p>2. Седікова І.О., Брайко М.Г., Брайко А.В. Тенденції розвитку та проблеми виробництва локальних вин в Україні // Тенденції розвитку підприємств в нових реаліях України: моногр. за ред. І.І.Савенко, І.О.Седікової. - Одеса: видавець Бухаєв Вадим Вікторович, 2015. - С.30-36 (підрозділ 2.1)</p> <p style="text-align: center;">Науково-популярні статті та доповіді на конференціях</p> <p>1. Голубьонкова О.О., Брайко М.Г. Дослідження маркетингового середовища виноробних компаній із застосуванням інтернет-технологій// Маркетинг: виклики та рішення : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 21 квітня 2021 року) / за ред. д.е.н., проф. І.Л. Литовченко. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. с. 119–122</p> <p>2. Голубьонкова О.О., Брайко М.Г. Інтернет-технології в просуванні готельних послуг // Збірник тез доповідей 81-ї</p>

- наукової конференції викладачів академії. Одеса: ОНАХТ, 2021. С. 293-295
3. II Міжнародна науково-практична конференція з проблем інтеграції теорії та практики бренд-менеджменту в Україні та у світі. м. Київ, КНТЕУ, 11 червня 2020. Тема доповіді: Перспективні напрямки позиціонування кавових брендів на ринку України
4. 80 наукова конференція науково-викладацького складу ОНАХТ– Одеса, квітень 2020. Тема доповіді: Дослідження позиціонування торговельних марок кави на вітчизняному ринку
5. II Всеукраїнська науково-методична конференція викладачів «Забезпечення якості вищої освіти» ОНАХТ, 2020. Тема доповіді: Студентські науково-прикладні спільноти як ефективний засіб підвищення якості вищої освіти
6. V Национальная научно–практическая конференция «Проблемы и вызовы экономики региона в условиях глобализации», (Комрат, КГУ, 12 декабря 2019 г.). Тема доповіді - Разработка стратегии развития туристического ивента на основе SWOT-анализа
7. Голубьонкова О.О., Брайко М.Г., Черевата Т.М. Партнерство ВУЗа и бизнеса как эффективный путь повышения качества образования // Збірник матеріалів VI міжнародної науково-методичної конференції «Проблеми сучасної освіти в технічному вузі» (Гомель, 24-25 жовтня 2019 р) – Гомель: ГДТУ, 2019. – 434 с.
8. Голубьонкова О.О., Брайко М.Г., Чирка В.В. Особенности стратегии дифференциации для предприятий пищевой та переробної промышленности / Матеріали 79 науковій конференції науково-викладацького складу ОНАХТ– 2019.
9. Голубьонкова О.О., Брайко М.Г. Коллаборация с фахівцями-практиками як шлях до інноваційного розвитку освітнього процесу/ Матеріали 50 науково-метод. конф. викладачів ОНАХТ «Забезпечення якості вищої освіти» – 2019.
10. Брайко М.Г., Радіонова А.К. Глибинне інтерв'ю як інструмент дослідження споживацького досвіду/ O La science et la technologie à l'ère de la société de l'information: coll. de papiers scientifiques «ΛΟΓΟΣ» avec des matériaux de la conf. scientifique et pratique internationale, Bordeaux, 3 mars, 2019. Bordeaux : OP «Plateforme scientifique européenne», 2019. V.1. p. 44-45.
11. Голубьонкова О.О., Брайко. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності харчової продукції/ International Scientific-Practical Conference Innovation Management in Marketing: Modern Trends and Strategic Imperatives: Conference Proceeding. April 12-13, 2018. Poznan, Poland: WSPiA Publishing. 308 p.
12. Голубьонкова О.О., Брайко. Інноваційні технології роботи з інформацією для підвищення якості навчання/ Забезпечення якості вищої економічної освіти: сучасний стан та перспективи: зб. матеріалів V Наук.-метод. конф. (Харків, 9 лют. 2018 р.) – Харків: ХІФ КНТЕУ, 2018. – 424 с.
13. Голубьонкова О.О., Брайко. Сучасна профорієнтація як

складова моделі здобуття вищої освіти/ Матеріали 49-ї науково-методичної конференції ОНАХТ «Забезпечення якості вищої освіти», 11– 13 квітня 2018 р. ОНАХТ: Одеса. – 275 с.

14. Брайко М.Г., Струц Є.М. Формування маркетингової стратегії для нового туристичного об'єкту/ Актуальні проблеми та перспективи розвитку України в галузі управління та адміністрування: ініціативи молоді: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 17 травня 2018 р. Харківський держ. ун-т харч. та торг. – Х. : ХДУХТ, 2018.- 444 с.

Методичні видання

1. Методичні вказівки до лабораторних занять з курсу "Товарна інноваційна політика та політика розподілу" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 075 "Маркетинг" ступеня вищої освіти "магістр" ден. і заоч. форм навчання. Модуль 1 : Товарна інноваційна політика / В. В. Лагодієнко, М. Г. Брайко ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва та торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2020. — Електрон. текст. дані: 29 с.

2. Методичні вказівки до лабораторних занять з курсу "Товарна інноваційна політика та політика розподілу" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 075 "Маркетинг" ступеня вищої освіти "магістр" ден. і заоч. форм навчання. Модуль 2 : Політика розподілу / В. В. Лагодієнко, М. Г. Брайко ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва та торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2020. — Електрон. текст. дані: 13 с.

3. Методичні вказівки до виконання, оформлення і захисту кваліфікаційних робіт для студентів зі спец. 075 "Маркетинг" СВО "Магістр" галузь знань 07 "Управління та адміністрування" [Електронний ресурс] / В. В. Лагодієнко, М. Р. Мардар, Л. А. Бахчиванжи та ін. ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2020. — Електрон. текст. дані: 54 с.

4. Методичні вказівки до виконання та захисту кваліфікаційних дипломних робіт СВО "Магістр" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність" / М. Р. Мардар, І. А. Устенко, О. О. Голубьонкова та ін. ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2019. — Електрон. текст. дан.: 34 с.

5. Глосарій основних термінів з дисципліни "Маркетинг" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 075 "Маркетинг", 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність", ступінь вищ. освіти "бакалавр", ден. та заоч. форм навчання / О. О. Голубьонкова, М. Г. Брайко ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2019. — Електрон. текст. дані: 23 с.

6. Конспект лекцій з дисципліни "Рекламна діяльність" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 076 "Підприємництво, торгівля і біржова діяльність", ступінь вищ. освіти "бакалавр", ден. та заоч. форм навчання / О. О. Голубьонкова, М. Г. Брайко ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ;

	<p>Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2019. — Електрон. текст. дані: 71 с.</p> <p>7. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни "Рекламна діяльність" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 076 "Підприємництво, торгівля і біржова діяльність", ступінь вищ. освіти "бакалавр", ден. та заоч. форм навчання / О. О. Голубьонкова, М. Г. Брайко ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2019. — Електрон. текст. дані: 24 с.</p> <p>8. Методичні вказівки до виконання та захисту дипломних робіт освітньо-кваліфікаційного рівня "Магістр" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 8.03050701 "Маркетинг" / М. Р. Мардар, І. О. Седікова, О. О. Голубьонкова, М. Г. Брайко ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2016. — Електрон. текст. дан.: 40 с.</p> <p>9. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з курсу "Стратегічний маркетинг" [Електронний ресурс] : для студентів ступеня магістра 075 "Маркетинг" ден. форми навчання / М. Р. Мардар, О. О. Голубьонкова, Г. М. Лозовська, М. Г. Брайко ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва та торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2016. — 18 с.</p> <p>10. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни "Маркетингові дослідження" [Електронний ресурс] : для студентів напряму підгот. 6.030507 "Маркетинг" / М. Р. Мардар, О. О. Голубьонкова, М. Г. Брайко ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2016. — Електрон. текст. дан.: 23 с.</p> <p>11. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з курсу "Маркетингова товарна політика" [Електронний ресурс] : для студентів напряму підгот. 6.030507 "Маркетинг" / М. Р. Мардар, О. О. Голубьонкова, М. Г. Брайко ; ОНАХТ, Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2015. — 1 електрон. опт. диск (CD-ROM): 34 с. тексту.</p>
<p>12. Діяльність у спеціалізованих установах за останні 5 років</p>	<p>1. Член Спільноти рекламистів України, посвідчення № 347. 2. Член Української Асоціації Маркетингу (з липня 2021)</p>
<p>13. Інформація, що підтверджує володіння мовою викладання на належному рівні</p>	<p>Навчання у Вищій школі педагогічної майстерності ОНАХТ Відгуки про відкриті лекції та висновок про викладання державною мовою на належному рівні</p>